

La chaîne de valeur

I) Définition

La chaîne de valeur est un concept qui représente pour une entreprise, les facteurs clés et les activités principales lui permettant d'être compétitive sur son marché, de garder un avantage concurrentiel et de créer de la valeur. Analyser la chaîne de valeur d'une entreprise permet à un manager de mieux piloter et décider.

II) La chaîne de valeur selon Michael Porter

La chaîne de valeur de Michael Porter (professeur américain en stratégie d'entreprise) permet de définir les activités essentielles d'une entreprise qui sont génératrices de valeur en segmentant les différentes activités d'une entreprise. On distingue 2 types d'activités.

1) Les activités de bases/principales

- La logistique entrante
- La logistique sortante
- Les opérations/production
- Le marketing/commercialisation
- Les services

2) Les activités de soutien

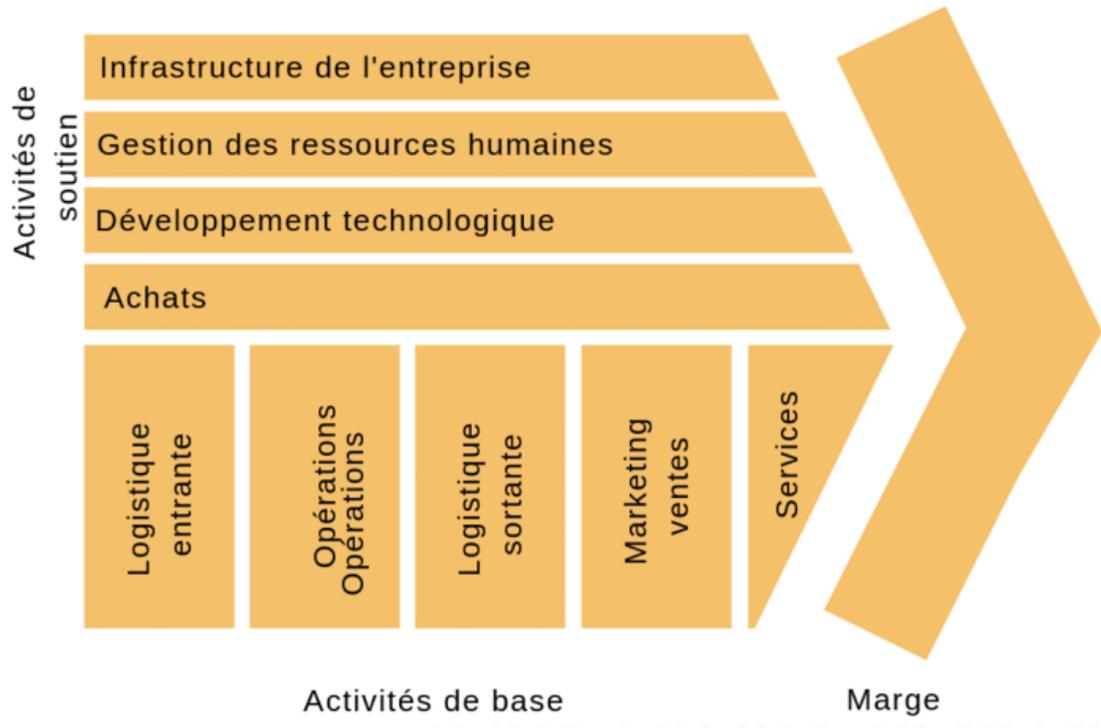
- Les infrastructures de l'entreprise
- Les ressources humaines
- Le développement technologique (R&D)
- Les achats

III) Les enjeux de la chaîne de valeur

En définissant la chaîne de valeur, un manager sera davantage en mesure de comprendre la valeur réelle qu'apporte chaque département/secteur/activité de l'entreprise.

En se servant de cet outil de décision, le manager pourra identifier son avantage concurrentiel (ce qui le différencie des concurrents) ou au contraire, détecter les activités qui apportent peu de valeur à l'entreprise.

Selon les résultats et les conclusions tirées en analysant la chaîne de valeur, le manager pourra décider par exemple de se focaliser sur des activités pleinement profitables à la création de valeur dans l'entreprise. Ou à l'inverse, le manager pourra décider d'améliorer ou de stopper des activités existantes et non génératrices de valeur.



Tous droits réservés